

戦略1 「民」の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化

1. 戦略1の基本的方向性

○地方の「ハンデ」である産業集積の不足や都会からのアクセスにとらわれない「新しい働き方」を後押しすることで、就労機会を確保し、人材流出を防ぐとともに、時間にとらわれない自由度の高い就労によって市民所得を向上させ、消費拡大による地域経済活性化につなげる。

○地域経済の核となっている伝統的地場産業について、域外における発信力強化のためにブランド化・パッケージ化を図るとともに、積極的な海外展開を後押しすることで、域内・国内の人口減少にかかわらない強い経営基盤を確立する。

○高齢化・担い手不足といった「ピンチ」を「チャンス」に変えるべく、集約化・大規模化による農業の効率化を図るとともに、農業をキーワードとして域外の人材とのつながりを構築する。

○新規雇用の創出とあわせて市内企業のイノベーションを加速させるべく、新規起業・事業拡大を重点的に支援し、挑戦意欲の溢れるまち、ベンチャー人材が集まるまちを目指す。

2. 戦略1の数値目標

数値目標	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値	達成率
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	R1	R1/R1
1 新規就労者数	H26	212	人	単年度	63	78	64	39	24	413	6%
2 納税義務者1人あたりの課税対象所得 ※達成率はH29県平均(2,612千円)に対するもの	H25	2,322	千円	単年度	2,380	2,394	2,370	2,375	2,386	県平均(2,658)以上	90%

3. 数値目標の達成状況等

数値目標	達成状況等
1 新規就労者数	クラウドソーシングを活用した在宅ワーカーの育成、ゆざわ-Bizを開設し中小企業者支援や起業セミナー開催によるUIターン起業支援などに取り組んだが、数値目標は達成できていない。 ※目標値について、H26実績値(例年に比べ実績値が著しく大きかった)を基準に設定したため、目標と実績が乖離してしまった。
2 納税義務者1人あたりの課税対象所得	振興作物の販路拡大に対する支援、商工業者における商品開発やスキルアップに対する支援などに取り組み、給与所得や営業所得の向上は見られたが、数値目標は達成できていない。

4. 戦略1を構成するチャレンジ・パッケージと重要業績評価指標(KPI)

チャレンジ・パッケージ(CP)	重要業績評価指標(KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値	達成率
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	R1	R1/R1
CP1 ICTを活用した「ゆざわ発新しい働き方」	①クラウドソーシングを活用した在宅ワーカー数	—	—	人	単年度	28	66	54	26	8	90 (5年累計)	202%
					累計	28	94	148	174	182		
	②クラウドソーシングで業務発注する市内企業数	—	—	社	単年度	40	36	22	7	10	50 (5年累計)	230%
					累計	40	76	98	105	115		
	③テレワークに取り組む市内事業所数	—	—	事業所	単年度	0	0	0	0	0	5 (5年累計)	0%
					累計	0	0	0	0	0		

戦略1 「民」の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績評価指標 (KPI)	現状		単位	年度	実績値					目標値	達成率
		年度	基準値			累計	H27	H28	H29	H30		
CP2 伝統的地場産業を核とした「ゆざわブランド」の確立と域外「まるごと!」PR	④ 海外展開に新たに取り組む企業等数	—	—	件	単年度	1	0	0	0	0	10 (5年累計)	10%
				累計	1	1	1	1	1			
	⑤ 食料品・飲料等の製造業出荷額 ※達成率はH29実績値による	H25	14,380	百万円	単年度	13,922	12,695	13,643	14,540	未確定	16,105	90%
⑥ 伝統的地場産業等の新商品開発件数	—	—	件	単年度	3	1	4	2	3	20 (5年累計)	65%	
				累計	3	4	8	10	13			
CP3 「集約化」と「つながる力」を活かした農林業の実力強化	⑦ 新規就農者数	—	—	人	単年度	11	4	5	7	11	50 (5年累計)	76%
				累計	11	15	20	27	38			
	⑧ 主な園芸作物の販売額	H26	1,011	百万円	単年度	1,103	1,228	1,022	1,265	1,244	1,617	77%
⑨ 地域産材活用量	—	—	m ³	単年度	158	78	186	45	95	1,000 (5年累計)	56%	
				累計	158	236	422	467	562			
CP4 「萌芽から成熟まで」切れ目のないベンチャー支援	⑩ 市内における起業・新事業展開件数	—	—	件	単年度	7	8	5	6	5	50 (5年累計)	62%
					累計	7	15	20	26	31		

5. チャレンジ・パッケージの推進状況等

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
CP1 ICTを活用した「ゆざわ発新しい働き方」	クラウドソーシングについて、在宅ワーカー向けのセミナー開催やスキルアップ支援等により、目標を上回る在宅ワーカーを育成した。また、市内企業向けの業務発注体験やSNSによる周知などにより、目標を上回る発注件数があった。 テレワークについて、本庁舎ロビーをテレワークスペース(Wi-Fi無料)として提供したほか、コワーキングスペースを整備する企業へ補助金を交付したが、テレワークに取り組む事業所の増加にはつながっていない。
CP2 伝統的地場産業を核とした「ゆざわブランド」の確立と域外「まるごと!」PR	新たに海外展開に取り組んだ企業等数は1件のみだったが、継続して海外展開に取り組む市内企業へ補助金等の支援を行っている。 また、市内企業に対する販路開拓や設備投資に対する支援、新商品の開発・試作に対する補助金等により、地場産業の振興を推進したが、製造業出荷額や新商品開発件数の目標達成には至っていない。
CP3 「集約化」と「つながる力」を活かした農林業の実力強化	就農相談や各種補助金の紹介、関係機関との情報共有等により、農業の担い手確保に努めた。さらに、振興作物の作付拡大、新規作物の生産販売に係る技術習得や販路拡大に対する支援のほか、園芸メガ団地整備等により、園芸作物の販売額向上を推進したが、新規就農者数や園芸作物販売額の目標達成には至っていない。 また、地域産材を使用して住宅建築する建て主に対して補助金を交付するなど、地域産材活用を推進したが、地域産材活用量の目標量を達成できていない。
CP4 「萌芽から成熟まで」切れ目のないベンチャー支援	ゆざわ-Bizを開設し中小企業者支援や商工関係団体と連携した起業セミナーの開催、起業を検討している人への情報提供などにより、市内における起業や新事業の展開を支援したが、起業・新事業の目標件数には至っていない。

戦略1 「民」の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化

6. 戦略1の総合評価

(1)戦略1におけるKPIの達成状況

	達成	未達成	合計
KPI数	2	8	10
割合	20%	80%	100%

※各KPIの達成率100%以上が「達成」

(2)戦略1の成果や今後の方向性等

戦略1における新規就労創出と経済活性化について、各チャレンジ・パッケージにおける取組により一定の成果は見られるが、数値目標は達成できていない。また、各チャレンジ・パッケージに設定したKPIについて、目標を達成したKPIは戦略1全体の20%にとどまっている。

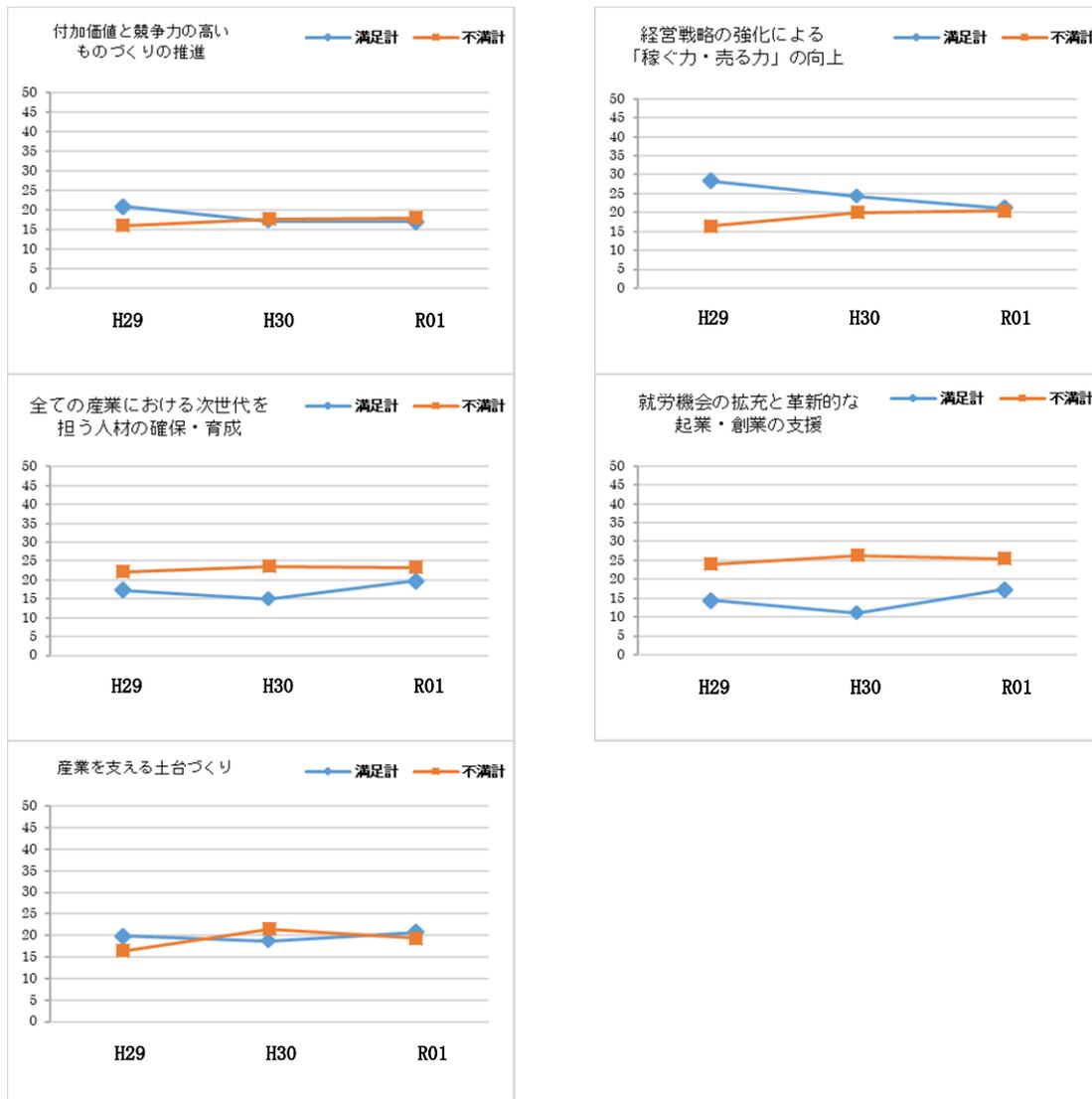
ICTを活用した新しい働き方について、クラウドソーシングは平成30年度まで市が委託事業として事業を行ってきたが、令和元年度から自走化し、民間業者が事業を展開している。

地場産業や農林業について、事業者に対する効率化・低コスト化に向けた情報提供などの支援に加え、多様化する市場ニーズを的確に捉え、付加価値と競争力の高いものづくり、販売力の強化と収益性・認知度の向上を推進する。

起業・新事業展開への支援について、ゆざわ-Bizを活用し起業に対する意識の醸成や起業家育成の環境整備を図るとともに、起業準備段階から起業後のフォローまで一貫した支援を強化する。

【参考】戦略1に係る施策別の市民満足度・不満足度

※市民満足度調査より(毎年度市民1,400人を対象にアンケートを実施→約4割(約500人)が回答、単位:%)



戦略2 ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進

1. 戦略2の基本的方向性

<p>○将来的な移住者候補となる交流人口の増加に向け、通年観光につながる安定的観光コンテンツの開発や周辺地域との観光連携に取り組むとともに、域外とのつながりづくりのツールとしてのふるさと納税の取り組みを拡充する。</p> <p>○関係団体との連携のもと、農業を含めた産業や自然、文化等、本市の多様なポテンシャルと首都圏をはじめとする都会の人材とのマッチングを図り、特に就業機会と一体化した移住促進のアプローチを展開する。</p> <p>○移住の障壁である情報不足や利便性に関する不安感を払拭するため、移住受け入れ態勢の整備を図るとともに、段階的な居住体験の機会を提供する。</p> <p>○都会から地方への人口移動は特に高齢者中心に起こっていることに注目し、高齢者移住の受け皿となりうるまちづくりの検討を進める。</p>
--

2. 戦略2の数値目標

数値目標	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値 R1	達成率 R1/R1
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1		
1 転出超過数	H22 ～ H26	1,594	人	単年度	332	358	170	310	305	1,069 (5年累計)	72%
	累計			332	690	860	1,170	1,475			

3. 数値目標の達成状況等

数値目標	達成状況等
1 転出超過数	<p>転出超過の抑制に向けて、移住定住促進やUIJターンによる起業支援などに取り組んだが、転出超過は悪化傾向となっている。</p> <p>5年間の累計転出超過数は1,475人で、目標値1,069人を大きく下回った。</p>

4. 戦略2を構成するチャレンジ・パッケージと重要業績評価指標(KPI)

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績 評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値 R1	達成率 R1/R1
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1		
CP1 「観光」と「ふるさと納税」を核としたゆざわファンの拡大	① 市内における宿泊者数	H26	104,567	人	単年度	100,181	107,612	103,940	105,302	98,487	173,000	57%
	② ふるさと納税件数・額	H26	9,291	件	単年度	23,737	20,012	23,063	23,521	40,620	30,000	135%
	86,347		千円	単年度	248,038	297,919	327,150	326,858	482,701	300,000	161%	
CP2 地域ぐるみの「まると！」受け入れ体制構築～お試し居住から移住へ～	③ 市の移住相談窓口を通じて移住した世帯数	—	—	世帯	単年度	—	4	9	10	9	10 (5年累計)	320%
	④ お試し居住体験参加者数	—	—	人	単年度	—	9	10	7	9	20 (5年累計)	175%
CP3 ゆざわ関心層へのターゲットマーケティング&アプローチ	⑤ UIJターンによる起業数	—	—	件	単年度	—	1	1	2	1	5 (5年累計)	100%
	⑥ 農業における産地交流参加者数	—	—	人	単年度	64	71	79	139	138	200 (5年累計)	246%
					累計	64	135	214	353	491		

戦略2 ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績 評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値	達成率
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	R1	R1/R1
CP4 「ゆざわ版CCR C」構想の実現	⑦ ゆざわ版生涯活躍のまち基本計画(仮称)の策定	—	—	—	単年度	—	—	—	—	—	H28 策定	—
CP5 定住の推進～ふるさとを知る・つながる・守る～	⑧ 将来的に地元に住みたいと思う高校生の割合	H27	39.3	%	単年度	39.3	—	—	—	—	60.0	—

5. チャレンジ・パッケージの推進状況等

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
CP1 「観光」と「ふるさと納税」を核としたゆざわファンの拡大	観光客の受入について、ホームページやディスティネーションキャンペーン冊子による周知、インバウンド対策等により、観光客増加を推進したが、市内における宿泊者数の目標達成には至っていない。 ふるさと納税について、雪おろしや家事代行サービス等の地域課題解決型返礼品の拡充を図るなど、本市の周知とふるさと納税額の増加につなげ、ふるさと納税件数・額は目標を達成している。
CP2 地域ぐるみの「まるごと！」受け入れ体制構築 ～お試し居住から移住へ～	移住コーディネーターによる移住相談や首都圏開催の移住相談会参加、市内学校見学やさくらんぼ狩り等を組み入れた移住体験ツアーなどにより移住を推進し、移住した世帯は目標数を上回っている。 また、奨学金返還助成などにより、若者の定住促進を図っている。
CP3 ゆざわ関心層へのターゲットマーケティング&アプローチ	起業支援について、起業に係る地域課題解決を図るセミナー等を開催し、起業者の支援に取り組み、UIターンによる起業数は目標達成した。 農業における産地交流について、春の田植え・山菜摘みツアー、秋の稲刈り・リンゴ狩りツアーなど魅力あるツアーを実施し、目標を上回る参加をいただいている。
CP4 「ゆざわ版CCRC」構想の実現	先進地視察やふるさと納税者に対する移住アンケート、CCRC活用に係る庁内意見集約に取り組んだが、民間主導による実施が不可欠であり、基本計画の策定には至っていない。
CP5 定住の推進～ふるさとを知る・つながる・守る～	地域を題材としたふるさと教育やしごと博覧会の開催などにより、地域の魅力や郷土への愛着の醸成に努めた。 【参考】市民満足度調査 「あなたは、今後も湯沢市に住みつづけたいと思いますか。」に、住みつづけたいと回答した10代(15～19歳)の割合(カッコ内は全年代の割合) H28:65.0%(67.4%) H29:55.0%(67.8%) H30:45.3%(63.9%) R01:57.2%(66.5%)

6. 戦略2の総合評価

(1)戦略2におけるKPIの達成状況

	達成	未達成	合計
KPI数	6	2	8
割合	75%	25%	100%

※各KPIの達成率100%以上が「達成」

戦略2 ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進

(2)戦略2の成果や今後の方向性等

戦略2におけるターゲットマーケティングと移住定住の推進について、各チャレンジ・パッケージにおける取組により一定の成果は見られるが、数値目標は達成できていない。また、各チャレンジ・パッケージに設定したKPIについて、目標を達成したKPIは戦略2全体の75%にとどまっている。

ゆざわファンの拡大について、観光客の利便性向上による来訪者の受入体制の充実を図りつつ、持続可能な観光二次アクセスの仕組みづくりを検討するとともに、引き続きふるさと納税の推進等により本市の魅力発信を図る。

移住定住の推進について、関係人口に着目し、本市を応援してくれる人が継続的に関わることができるコンテンツを展開し、本市との関係性を深めることで湯沢ファンの拡大を図り、移住定住の推進につなげる。

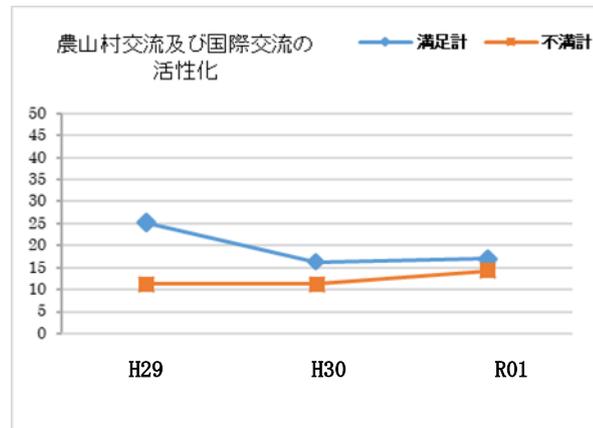
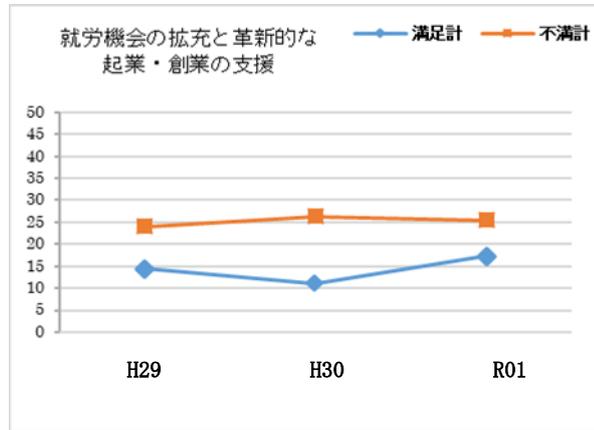
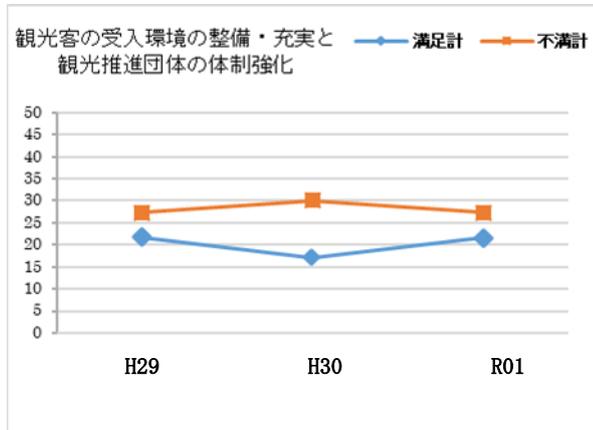
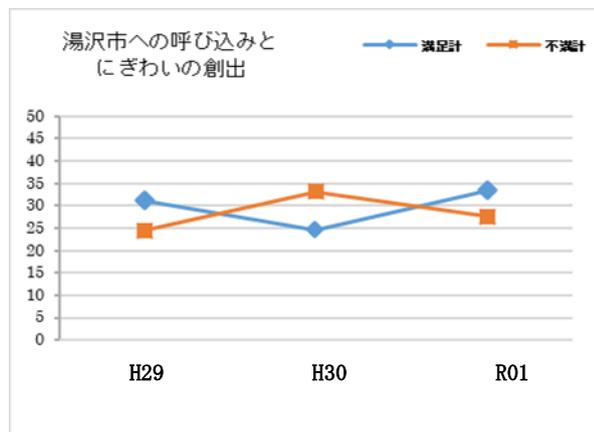
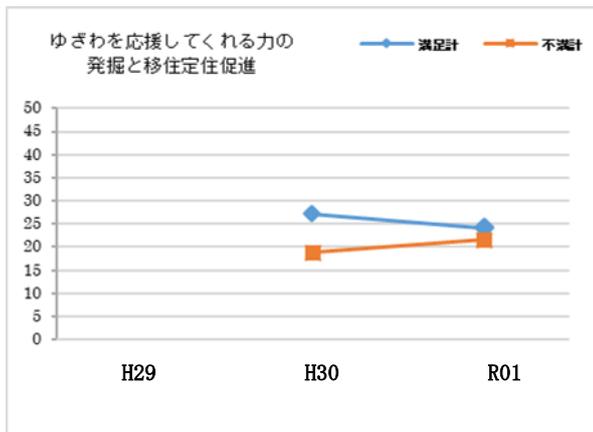
本市への関心層に対するターゲットマーケティングについて、UIターンにおける起業支援や農作業体験だけにとどまらない地域の魅力的なコンテンツの発掘等により、多様な人や団体との交流拡大を進める。

CCRCについて、民間主導による実施が求められるため、今後は市による基本計画策定は実施しない。

定住の推進について、引き続きふるさと学習やしごと博覧会の開催、奨学金返還助成などの取組を推進する。

【参考】戦略2に係る施策別の市民満足度・不満足

※市民満足度調査より(毎年度市民1,400人を対象にアンケートを実施→約4割(約500人)が回答、単位:%)



戦略3 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援

1. 戦略3の基本的方向性

- 若者が安心して結婚や出産、子育てを行うことができるよう、子育て家庭が子どもを連れて出かけやすい環境づくりを進めるとともに、職場を含め地域全体で子育てを支援する機運の醸成を図り、「子育て」をキーワードとした共助環境の再生を図る。
- 「子育てに優しいまち」としてのブランドイメージを構築・発信するため、関係団体との連携によりシンボルとなる取り組みを重ね、子育て世代に注目されるまちづくりを目指す。
- 結婚・出産・子育てについて、当事者のニーズ把握に基づく実効性の高い経済的支援を行い、特に現状の子どもの数より“あと一人”を生むインセンティブにつながる制度の導入により、合計特殊出生率の向上を図る。

2. 戦略3の数値目標

数値目標	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値	達成率
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	R1	R1/R1
1 合計特殊出生率	H20 ～ H24	1.45	—	単年度	1.18	1.23	1.13	1.05	0.92	1.55	59%
2 婚姻数	H26	142	組	単年度	149	141	126	112	132	801 (5年累計)	82%
				累計	149	290	416	528	660		
3 子育て環境や支援に満足している人の割合	H25	27.6	%	単年度	—	15.1	35.7	24.2	31.2	50.0	62%

3. 数値目標の達成状況等

数値目標	達成状況等
1 合計特殊出生率	<p>出産祝い品の贈呈(市内で利用可能な子育てクーポン)や不妊治療費助成などにより、出生率向上に向けた取組を進めたが、出生率は減少傾向となり目標を達成できていない。</p> <p>【参考】本市の出生数 H27:198人 H28:216人 H29:203人 H30:187人 R01:159人(合併後最低)</p>
2 婚姻数	<p>婚活イベントの実施や結婚祝い品の贈呈、結婚に伴う新生活の費用に対する支援などにより、婚姻数増加を図ったが、婚姻数は減少傾向となり目標を達成できていない。</p>
3 子育て環境や支援に満足している人の割合	<p>子育て世代包括支援センターの開設や子育てわくわくフェスタの開催などにより、子育て環境や支援の充実を図ったが、目標は達成できていない。</p>

4. 戦略3を構成するチャレンジ・パッケージと重要業績評価指標(KPI)

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績 評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値	達成率
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	R1	R1/R1
CP1 ゆざわならでは！ 「結婚・出産・子育てに優しいまち」 プロモーション	① 男性の育児休暇 取得率	—	—	%	単年度	—	2.4	7.8	3.8	—	県平均 (8.8) 以上	—
	② 子育て環境の整備 に取り組む事業所の割合	H27	54.0	%	単年度	54.0	52.6	62.2	60.9	—	80.0	—

戦略3 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値 R1	達成率 R1/R1
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	H31		
CP2 当事者本位・B/C重視の「まるごと！ライフイベントサポート」	③ 出生数に占める第3子以降の割合 ※達成率はH29全国平均(16.7%)に対してのもの	H26	15.1	%	単年度	19.2	18.1	18.2	20.3	19.5	全国平均(16.8)と同水準	121%
CP3 人とICTが紡ぎだす地域ぐるみの子育て環境創出	④ 託児を頼める人(親類・友人等)がいる人の割合	H25	92.4	%	単年度	—	58.0	75.0	54.0	54.0	100.0	54%
	⑤ 子育てシェアリング登録者数	—	—	人	単年度	—	15	20	21	22	150 (5年累計)	52%
累計	—	15	35	56	78							

5. チャレンジ・パッケージの推進状況等

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
CP1 ゆざわならでは！「結婚・出産・子育てに優しいまち」プロモーション	行政と地域が一体となって、ワーク・ライフ・バランスを浸透させるために結成した、ゆざわイクボス応援団(湯沢市と市内21事業所)に所属する各事業所の取組を市ホームページで紹介するなど、結婚・出産・子育てに優しいまちの推進に取り組んだが、男性の育児休暇取得率や子育て環境整備に取り組む事業所の割合は、目標達成に至っていない。
CP2 当事者本位・B/C重視の「まるごと！ライフイベントサポート」	保護者の負担軽減を図るため、第3子以降が生まれた場合、第2子以降の保育料を全額助成(無料)する取組などにより、出生数に占める第3子以降の割合は、目標値である全国平均を上回っている。
CP3 人とICTが紡ぎだす地域ぐるみの子育て環境創出	託児に係る様々なニーズに対応するため、ICTを活用した子育ての相互援助(子育てシェアリング)を実施したが、子育てシェアリングの活用件数や託児を頼める人がいる割合の増加にはつながっていない。

6. 戦略3の総合評価

(1) 戦略3におけるKPIの達成状況

	達成	未達成	合計
KPI数	1	4	5
割合	20%	80%	100%

※各KPIの達成率100%以上が「達成」

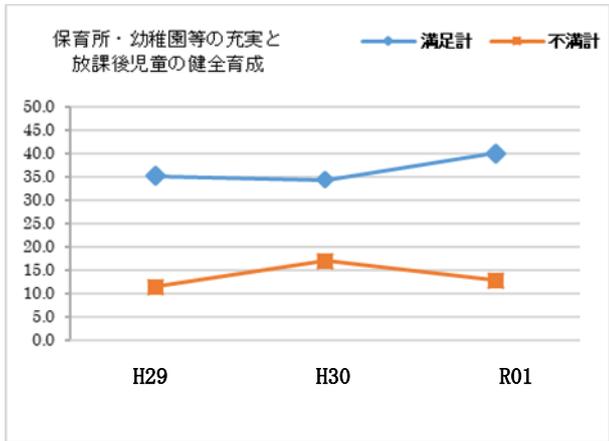
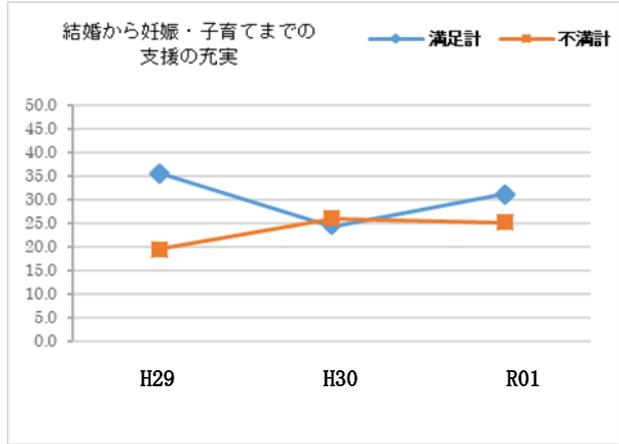
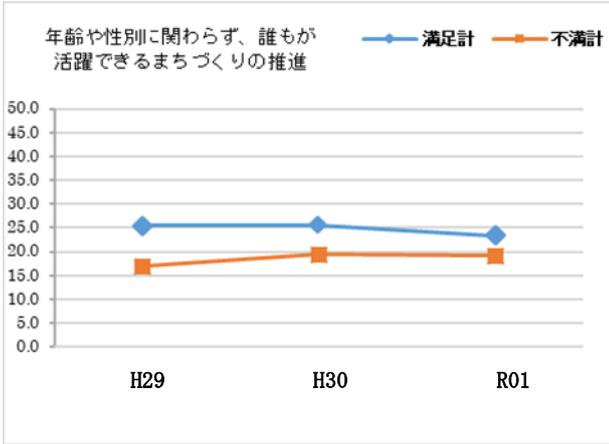
(2) 戦略3の成果や今後の方向性等

<p>戦略3における結婚・出産・子育て支援について、各チャレンジ・パッケージにおける取組により一定の成果は見られるが、数値目標は達成できていない。また、各チャレンジ・パッケージに設定したKPIについて、目標を達成したKPIは戦略3全体の20%にとどまっている。</p> <p>結婚に係る支援について、社会情勢や先進事例等に基づく検証により、行政が行うべき結婚支援の在り方を再検討し、成果につながる事業展開を図る。</p> <p>出産や子育てに係る支援について、関係機関との連携を強化し、増加傾向にある問題を抱えた妊産婦への支援強化とともに、妊産婦・乳幼児等の状況把握や抱える不安等に適切に対応することで、安心して子育てができる地域社会を目指す。また、市民がより分かりやすい支援体制(組織・事業・施設)を検討する。さらに、放課後児童クラブについて、公共施設再編に合わせた配置場所の見直しや放課後子ども教室(キッズステーション)との一体的な実施などを検討する。</p>
--

戦略3 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援

【参考】戦略3に係る施策別の市民満足度・不満度

※市民満足度調査より(毎年度市民1,400人を対象にアンケートを実施→約4割(約500人)が回答、単位:%)



戦略4 地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践

1. 戦略4の基本的方向性

○「地熱」「ジオパーク」「音楽のまち」など、“ゆざわ”を特徴づける地域資源を活かしたまちづくりを充実させることで、郷土愛を醸成するとともに、“ゆざわ”の個性を確立し、知名度・ブランドイメージの向上を目指す。
 ○少子高齢化の進展による高齢者中心のまちづくりが地方自治体の均質化や活力の低下を招いていると考えられることから、これまでまちづくりの中心から遠かった層の影響力を高めることで、参加意欲の向上と「キラリと光る」取り組みの後押しを図る。
 ○人口減少とこれに伴う財政状況の動向を見据え、共助・自立の取り組みを充実させ、まちづくりの質感を確保する。また、「持続可能な地域づくり」の観点から、「稼ぐ」取り組みに向けた中核的人材の育成や団体間のネットワーク形成を後押しする。

2. 戦略4の数値目標

数値目標	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値	達成率
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	R1	R1/R1
1 湯沢市に誇りや愛着を感じる市民の割合	—	—	%	単年度	—	74.8	74.2	73.1	71.5	85.0	84%

3. 数値目標の達成状況等

数値目標	達成状況等
1 湯沢市に誇りや愛着を感じる市民の割合	地域を題材としたふるさと教育やしごと博覧会の開催などにより、地域の魅力や郷土への愛着の醸成に努めたが、目標は達成できていない。

4. 戦略4を構成するチャレンジ・パッケージと重要業績評価指標(KPI)

チャレンジ・パッケージ(CP)	重要業績評価指標(KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値					目標値	達成率
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	R1	R1/R1
CP1 地熱とジオの恵み、ゆざわの文化を活かしたまちづくり～オンリーワンからナンバーワンへ～	① ジオガイド数	H26	33	人	単年度	48	13	4	5	11	60 (5年累計)	135%
				累計	48	61	65	70	81			
	② ジオガイド利用者数	H26	686	人	単年度	1,156	1,011	1,492	1,037	1,393	2,500	56%
③ 音楽のまち関連イベントへの参加者数	H26	950	人	単年度	876	813	21,952	13,644	18,018	12,000	150%	
CP2 「若者」と「女性」が主役の「異色の地方都市」への挑戦	④ 若者と女性の活躍の推進に関する条例の制定	—	—	—	単年度	—	制定	—	—	—	H28 制定	100%
	⑤ 女性管理職の登用に取り組む事業所の割合	H27	46.7	%	単年度	46.7	55.4	50.3	60.7	—	70.0	—
	⑥ 若者や女性が主催するイベントや事業数	—	—	回	単年度	—	7	14	14	6	60 (5年累計)	68%
			累計	—	7	21	35	41				

戦略4 地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績評価指標 (KPI)	現状		単位	年度	実績値					目標値	達成率
		年度	基準値			累計	H27	H28	H29	H30		
CP3 人口減少時代における新たな協働/自治 ～これからの一歩～	⑦ まちづくりコーディネーターの育成	—	—	人	単年度	—	—	2	3	2	5 (5年累計)	140%
					累計	—	—	2	5	7		
	⑧ コミュニティビジネスに取り組む地区・団体数	—	—	件	単年度	—	—	—	1	0	5 (5年累計)	20%
					累計	—	—	—	1	1		

5. チャレンジ・パッケージの推進状況等

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
CP1 地熱とジオの恵み、ゆざわの文化を活かしたまちづくり ～オンリーワンからナンバーワンへ～	<p>ジオパークの振興について、ガイド養成講座やガイド認定検定などを実施し、県内初の小学生ジオガイドを含め、目標を上回る81人をジオガイドに認定した。しかし、観光パンフレット等にジオガイドの利用案内を掲載して周知を図ったが、ジオガイド利用者数の目標数は達成できていない。</p> <p>音楽のまちの推進について、サマーミュージックフェスティバルや月イチコンサートの実施、ホームページやSNSによる周知などにより、市民の音楽に対する関心向上を図り、関連イベントへの参加者数は目標を上回っている。</p>
CP2 「若者」と「女性」が主役の「異色の地方都市」への挑戦	<p>平成28年度に若者や女性が輝くまちづくり推進条例を制定し、若者や女性の活躍推進を図った。</p> <p>女性の活躍について、働く女性向けの女性活躍推進フォーラム開催や地域で活躍するロールモデル女性を紹介する冊子作成などにより、女性自身のスキルアップや意識改革等を図り、女性管理職登用に取り組む事業所の割合は増加傾向にあるが、目標達成には至っていない。</p> <p>若者の活躍について、若者の交流やにぎわいを創出するイベントに助成を行うなど、若者を活躍を後押ししているが、若者や女性が主催するイベントや事業数は目標を達成できていない。</p>
CP3 人口減少時代における新たな協働/自治 ～これからの一歩～	<p>まちづくりコーディネーターについて、地域自治組織や中間支援を担う市民活動団体、地域づくりに意欲のある市民を対象にまちづくり人材育成セミナーなどを開催し、目標である5人のまちづくりコーディネーターを育成した。</p> <p>コミュニティビジネスについて、市が開催したコミュニティ講演会とまちづくり人材セミナーに参加した女性が野菜や手芸品作りを得意とする女性を募り、月1回のミニ直売所を開催しているが、コミュニティビジネスに取り組む地区・団体数はこの1件にとどまっている。</p>

6. 戦略4の総合評価

(1)戦略4におけるKPIの達成状況

	達成	未達成	合計
KPI数	4	4	8
割合	50%	50%	100%

※各KPIの達成率100%以上が「達成」

戦略4 地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践

(2)戦略4の成果や今後の方向性等

戦略4の地域資源を活用したまちづくりの実践について、各チャレンジ・パッケージにおける取組により一定の成果は見られるが、数値目標は達成できていない。また、各チャレンジ・パッケージに設定したKPIについて、目標を達成したKPIは戦略4全体の50%にとどまっている。

文化を活かしたまちづくりについて、これまでのジオパーク推進に係る取組を検証し、ゆざわジオパークの普及促進や地熱のまちゆざわの推進を図りつつ、世界ジオパーク認定に向けて、市民全体の機運を高める取組を推進する。また、本市の優れた芸術や文化活動に親しむ環境を整備するとともに、人の交流も含めて文化の振興を図る。

若者と女性の活躍推進について、これまでの取組を推進するとともに、誰もが意思決定の過程へ参画できる体制を強化するため、目的に応じてワークショップなど多様な方法により、市民が参画できる場(機会)の確保に取り組む。

協働のまちづくり推進について、地域自治組織に求める役割や現在の支援体制などを評価・検証した上で、持続可能な人材・拠点・財源等の支援体制を構築し、市民が主役のまちづくりを推進する。

【参考】戦略4に係る施策別の市民満足度・不満足度

※市民満足度調査より(毎年度市民1,400人を対象にアンケートを実施→約4割(約500人)が回答、単位:%)

